

Kualitas Pelayanan Pembayaran Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Manado

Priskilla Grace Langkai

Frendy A. O. Pelleng

Dantje Keles

*Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
gracelangkai@gmail.com*

ABSTRACT

The government gave the task of organizing and managing the pension fund program to PT. TASPEN (Persero). To provide an assessment regarding the quality of services provided to the recipients stated by Zeithaml Parasuraman-Berry (2012). This research was conducted to find out how the quality of services in PT. Taspen (PERSERO) Manado. The method used in this research is survey method, research takes samples from the population using questionnaires as a data collection tool. Analytical data using TERRA analysis, which analyzes service quality using the dimensions of tangibles (bukti langsung), (reliability), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati). And with the results obtained, that the highest level of conformity lies in individual attention to employees, which is 96%. While the lowest level of suitability lies in the sense of security given to customers by 83%. From this study shows that the level of appropriateness of service performance is the empathy (empati) dimension of employee attention with very high customer expectations. On the contrary, the state of safety is the level of suitability is low. It indicates that a sense of security is not in accordance with customer expectation which means that customers feel a sense of security is enhanced by PT. Taspen. Then from the five dimensions of service quality namely tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance, obtained result of S (satisfaction) or satisfaction is $S < 1$. The result of the analysis show the fact that the compatibility service performance (kesesuaian antara kinerja) and service/customer (layanan pelanggan) has not reached the maximum level of satisfaction. Based on these facts, it can be seen that customers have not been fully satisfied with the service provided by employees of PT. Taspen.

Keywords: *Service Performance, Customer Expectation*

Pendahuluan

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, desentralisasi diselenggarakan dengan pemberian otonomi yang seluas-luasnya kepada daerah untuk mengurus sendiri urusan pemerintahannya menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Pemberian otonomi yang seluas-luasnya

kepada daerah antara lain dimaksudkan mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat.

Mengingat pentingnya peranan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam pembangunan nasional maka perlu dilakukan perlindungan, pemeliharaan,

serta peningkatan kesejahteraan sehingga pada gilirannya akan dapat meningkatkan produktivitas kerja. Usaha peningkatan kesejahteraan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan keluarganya dilakukan melalui penyelenggaraan program pensiun PNS. Berdasarkan keputusan menteri pertama RI No. 388/MP/1960 disebutkan bahwa “Perlunya pembentukan jaminan sosial bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan keluarganya pada saat mengakhiri pengabdianya kepada negara.

Pemerintah memberikan tugas penyelenggaraan dan pengelolaan program dana pensiun kepada PT. TASPEN (Persero). Kemudian sejak tanggal 1 April 1989 PT. TASPEN (Persero) diberi tanggung jawab yang lebih besar oleh pemerintah melalui pelimpahan program pensiun yang sebelumnya dikelola oleh kantor Pembendaharaan dan Kas Negara (KPKN). Secara garis besar produk dan layanan PT. TASPEN (Persero) adalah pelayanan pembayaran pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS). Pelayanan pembayaran pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) dapat dibayarkan secara tunai di kantor cabang utama (KCU) atau kantor cabang (KC) TASPEN, atau dapat juga dibayarkan melalui kantor pos dan bank yang bekerjasama dengan PT. TASPEN.

Sebagai wujud rasa tanggung jawab atas tugas yang dibebankan, PT. TASPEN

(Persero) memberikan pelayanan pembayaran secara prima kepada peserta aktif dan pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan motto layanan 5 (lima) T: Tepat orang, tepat waktu, tepat jumlah, tepat tempat, dan tepat administrasi dan senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk memberikan penilaian terkait kualitas pelayanan yang diberikan bagi peserta penerima pensiun PT. TASPEN, maka penelitian ini mengacu pada teori yang mengacu pada teori yang dikemukakan Zeithaml-Parasuraman-Berry (2012). Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, dengan menggunakan indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Lima dimensi tersebut adalah: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy.

Landasan Teori

Kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyandang arti relatif karena bersifat abstrak, kualitas dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau spesifikasinya.

Kualitas menurut Fandy Tjiptono (2012): 1. Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan, 2. Kecocokan pemakaian, 3. Perbaikan atau penyempurnaan keber-

lanjutan, 4. Bebas dari kerusakan, 5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat, 6. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal, 7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyangkut arti relatif karena bersifat abstrak, kualitas dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau spesifikasinya. Bila persyaratan atau spesifikasi itu terpenuhi itu terpenuhi berarti berkualitas sesuatu hal yang dimaksud dapat dikatakan baik, dengan demikian untuk menentukan kualitas diperlukan indikator. Menurut Kotler (2004) kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Menurut Ratminto dan Atik (2012) pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi

antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Menurut Philip Kotler (2012) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut: 1) Intangible (tidak terwujud) Suatu jasa memiliki sifat tidak terwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen. 2) Inseparability (tidak dapat dipisahkan) Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut. 3) Variability (bervariasi) Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan. 4) Perishability (tidak tahan lama) Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Menurut Zethaml (2012) ada tiga karakteristik utama pelayanan: Intangibility pelayanan pada dasarnya bersifat *performance* dan hasil pengalaman dan bukannya objek. Kebanyakan pelayanan tidak dapat dihitung, diukur, diraba atau dites sebelum disampaikan untuk menjamin kualitas. berbeda dengan barang

yang dihasilkan oleh suatu pabrik yang dapat dites kualitasnya sebelum disampaikan pada pelanggan. 2) Heterogenity pemakai jasa atau klien atau pelanggan memiliki kebutuhan yang sangat heterogen. Pelanggan dengan pelayanan yang sama mungkin mempunyai prioritas berbeda. Demikian pada [erformance sering bervariasi dari satu prosedur lainnya bahkan dari waktu ke waktu. 3) Inseparability bahwa produksi dan konsumsi suatu pelayanan yang tidak terpisahkan. Konsekuensinya dalam industri pelayanan kualitas tidak direkayasa kedalam produksi di sektor pabrik dan kemudian disampaikan kepada pelanggan. Kualitas terjadi saat interaksi antara klien dan penyedia jasa.

Menurut Zeithaml Parasuraman dan Berry (2012) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima (5) dimensi kualitas pelayanan yaitu: 1) Bukti langsung (*Tangible*), yaitu sebagai fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan, seperti gedung kantor, peralatan kantor, penampilan karyawan dan lain-lain. 2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, seperti

kemampuan dalam menepati janji, kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan untuk meminimumkan kesalahan. 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu sebagai sikap tanggap, mau mendengarkan dan merespon pelanggan dalam upaya memuaskan pelanggan, misalnya : mampu memberikan informasi secara benar dan tepat, tidak menunjukkan sikap sok sibuk dan mampu memberikan pertolongan dengan segera. 4) Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan karyawan dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan melalui pengetahuan, kesopanan serta menghargai perasaan pelanggan. 5) Kepedulian/Empati (*Empathy*), yaitu kemampuan atau kesediaan karyawan memberikan perhatian. yang bersifat pribadi, seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada pelanggannya.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey. Metode survey adalah metode pengambilan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok ataupun dapat dikatakan bahwa metode survey adalah metode yang bertujuan melakukan pengkajian secara sistematis tentang suatu hal untuk maksud mendapatkan keterangan-keterangan serta

mengkajinya berdasarkan kegiatan-kegiatan tertentu, penjelasan, evaluasi, perspektif, operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial ekonomi (Sangarimbun, 2012). Rancangan penelitian yang digunakan adalah model multi atribut yang dituangkan dalam bentuk angka, dimana responden tinggal memilih derajat kesetujuan/ketidak-setujua atas pernyataan mengenai penyampaian kualitas jasa. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan kemudahan (*convenience sampling*) dan jumlahnya akan ditentukan kemudian setelah penelitian. Data yang telah terkumpul dari hasil kuisiner dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut: 1) Langkah persiapan, yaitu kegiatan mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner. 2) Melakukan tabulasi hasil keusioner dan memberi nilai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan. 3) Menganalisis kualitas pelayanan dengan menggunakan analisis dimensi TERRA.

Hasil Penelitian

Untuk menganalisis hasil penelitian, terlebih dahulu data kualitatif dikuantitatifkan. Dengan demikian pembulatan ditentukan skor tertinggi 300 dikurangi skor terendah 60 lalu dibagi lima tingkat skala interval sehingga diperoleh skala pembulatan seperti berikut ini : 1)

Skor 60 sampai dengan skor 108 menunjukkan penilaian tidak baik/tidak penting. 2) Skor 108,1 sampai dengan skor 156 menunjukkan penilaian kurang baik/kurang penting. 3) Skor 156,1 sampai dengan skor 204 menunjukkan penilaian cukup baik/cukup penting. 4) Skor 204,1 sampai dengan skor 252 menunjukkan penilaian yang baik/penting. 5) Skor 252,1 sampai dengan skor 300 menunjukkan penilaian yang sangat baik/sangat penting.

Berdasarkan penelitian yang menyatakan bahwa sebagian besar responden, 25 responden atau 42% menyatakan tempat pelayanan (*customer service*) adalah sangat baik. Selanjutnya, 21 responden atau 35% menyatakan baik dengan skor penilaian 241 mengindikasikan bahwa tempat pelayanan mendapat penilaian yang baik. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah sudah puas dengan tempat pelayanan yang dimiliki PT. Taspen.

Penataan interior mendapat tanggapan sangat baik dari sebagian besar responden yaitu 27 responden atau 45%, dan mendapat tanggapan baik oleh 22 responden atau sebesar 37% sedangkan skor total penilaian responden adalah 249, yang menunjukkan bahwa penataan interior mendapat penilaian yang baik dari responden. Hal ini mengindikasikan bahwa

responden sudah merasa puas dengan penataan interior PT. Taspen.

Sebagian besar responden yaitu sebagian 20 responden atau 33% menyatakan penataan eksterior baik, sedangkan 19 responden atau sebesar 32% menyatakan baik. Dengan skor penilaian sebesar 249, penataan eksterior mendapatkan penilaian baik dari responden. Data tersebut mengindikasikan bahwa nasabah merasa puas.

Kebersihan ruangan mendapatkan penilaian sangat baik dari sebagian besar responden yaitu sebanyak 26 responden atau sebesar 43%, sedangkan 20 responden atau 33% memberikan penilaian sangat baik. Skor total penilaian sebesar 242 menunjukkan bahwa kebersihan ruangan mendapat penilaian baik dari responden. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden sudah merasa puas.

Selanjutnya, 27 responden atau 45% memberikan penilaian sangat baik untuk kenyamanan tempat duduk dan 22 responden atau 37% memberikan penilaian baik. Dengan skor total penilaian responden sebesar 245 menunjukkan bahwa kenyamanan tempat duduk pada PT. Taspen mendapat penilaian baik dari responden. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah merasa puas.

Pembahasan

Analisis yang harus dilakukan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan pengukuran tingkat kesesuaian antara tingkat harapan responden dengan kinerja pelayanan yang dirasakan oleh responden. Pengukuran ini menggunakan analisis TERRA dengan rumus, sebagai berikut: $S=f(E.P)$ atau $S=P/E$. dan dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian tertinggi terletak pada perhatian secara individu terhadap karyawan, yaitu sebesar 96%. Sedangkan tingkat kesesuaian terendah terletak pada rasa aman yang diberikan kepada nasabah, sebesar 83%.

Dari data tersebut diatas menunjukkan bahwa, tingkat kesesuaian kinerja pelayanan dimensi *emphaty* (*simpati*) yaitu, perhatian karyawan dengan harapan nasabah sangatlah tinggi. Sebaliknya, keadaan rasa aman tingkat kesesuaiannya adalah rendah. Hal itu mengindikasikan bahwa, rasa aman belum sesuai dengan harapan nasabah, yang berarti nasabah merasa keadaan rasa aman lebih ditingkatkan oleh PT. Taspen.

Berdasarkan analisis data yang ada maka dari kelima dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurances*, diperoleh hasil *S (satisfaction)* atau kepuasan adalah $S < 1$. Hasil analisis

tersebut menunjukkan fakta bahwa kesesuaian antara kinerja pelayanan (*service performance*) dan layanan konsumen/pelanggan (*customer expectation*) belum mencapai tingkat kepuasan yang maksimal. Berdasarkan fakta tersebut maka, dapat dilihat bahwa pelanggan belum sepenuhnya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Taspen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Berdasarkan pada perhitungan persentase, rata-rata dan nilai skor untuk dimensi *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurances*, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Taspen secara keseluruhan mendapat penilaian relatif baik dari responden sebagai nasabah. 2) Berdasarkan pada perhitungan persentase, rata-rata dan nilai skor untuk dimensi *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurances*, harapan responden pada umumnya relatif sangat besar pada pemenuhan setiap karakteristik. Hal itu digambarkan dengan tingkat kepentingan kelima dimensi tersebut. 3) Tingkat kesenjangan tertinggi terdapat pada dimensi *Assurances* sebesar 0, yang menunjukkan bahwa ketidakpuasan nasabah terbesar terletak pada dimensi

Assurances. Sedangkan tingkat kesenjangan terendah terletak pada dimensi *Reliability*, yaitu sebesar 0, yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tertinggi nasabah terletak pada dimensi tersebut. 4) Tingkat kesesuaian antara kinerja karyawan (*service performance*) dan harapan konsumen (*customer expectation*) belum mencapai tingkat kepuasan yang maksimal dengan hasil yang didapat $S > 1$. Dengan kata lain nasabah sudah merasa puas atas pelayanan yang diberikan dengan kelima dimensi pelayanan yang menentukan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT. Taspen telah memenuhi harapan pelanggan.

Saran

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada pada PT. Taspen dengan tujuan agar kepuasan nasabah terpenuhi, maka sesuai hasil penelitian ini penulis menyarankan agar pihak PT. Taspen mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut: 1) Melengkapi dan lebih meningkatkan kualitas sarana dan prasarana penunjang serta fasilitas lainnya yang menunjang kenyamanan pelanggan. 2) Meningkatkan dan memperbaiki sistem pemberian informasi kepada pelanggan sehingga lebih jelas dan mudah dimengerti. 3) Mengadakan pembinaan karyawan melalui pelatihan-pelatihan dari

pihak PT. Taspen untuk menambah pengetahuan karyawan serta meningkatkan keterampilan dan etika karyawan dalam melayani nasabah. 4) Pihak manajemen kiranya lebih memberi perhatian pada dimensi pelayanan yang memiliki tingkat kesenjangan tinggi agar bisa diberi treatment khusus yang berguna untuk meminimalisir tingkat kesenjangan tersebut.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran. Edisi 11 jilid 1 dan 2 Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks, Jakarta.
- Zeithaml, Valerie, Mary, J. B, dan Dwayne, D. G. 2012. Service Marketing. The Mc Graw. Hill International Hill.
- Masri, Sangarimbun. 2011. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. 2012. Marketing Management Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Arik dan Ratminto, 2012. Menejemen Pelayanan disertai dengan Pengembangan Model Konseptual. Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal.. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.